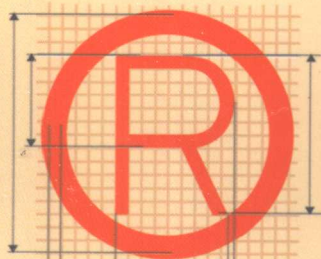
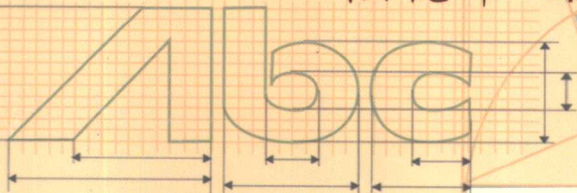


WTO

入世 与 商标战略



陆穗峰 编



中国对外经济贸易出版社

人世与商标战略

陆穗峰 编

中国对外经济贸易出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

入世与商标战略/陆穗峰编. —北京: 中国对外经济贸易出版社, 2000.12

ISBN 7-80004-850-0

I. 入… II. 陆… III. 商标-研究 IV. F760.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 55644 号

入世与商标战略

陆穗峰 编

新华书店北京发行所发行
北京外文印刷厂印刷

*

787×1092 毫米 32 开本

8 印张 178 千字

*

2001 年 1 月第 1 版

2001 年 1 月第 1 次印刷

印数: 3000 册

中国对外经济贸易出版社出版

(北京安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

ISBN 7-80004-850-0

¥ 500

定价: 45.00 元

序

一名外贸企业主管商标的干部成为商标专家，而且在短短几年里发表了许多关于商标热点的文章，出版了指导企业商标工作的专著，据我所知，在外贸企业界，陆穗峰同志是第一位。如果我国企业的主管商标的同志都像陆穗峰那样的话，我国企业商标工作跃上一个新台阶就指日可待，我国一大批企业的前进方向便可得以端正，我国企业创名牌活动就不再是一句空话。

企业是创立和使用商标的主体，在制定和实施名牌战略的过程中，需要一些介绍商标选定、商标注册、商标使用和保护等等的参考书。老陆同志的文章和专著的特点是实用性强，有针对性，适用范围宽。企业的负责人和主管商标的同志读后可以得到有益的启示，可以发现自己企业商标管理的漏洞或不足。从这个意义上讲，此书完全可以做为企业管理的教材。从事法律研究或大专院校专攻法律的学生们如读到此书，便可以弄清这样一个道理：与其发表一些空洞无物的文章，不如写一些我国企业感兴趣的商标问题的文章，更能引起企业的注意，从而在促进经济发展方面起些作用。

“经济全球化”的趋势不可扭转，加入 WTO 后，我国企业将面临严峻的挑战和更加激烈的竞争形势，为此，我国企业应当提前作好准备，了解 WTO 的有关知识，及时采取相应的对策。在这种时候，老陆同志的《入世与商标战略》

的出版，对于企业界来说，无疑是雪中送炭。

有一点请注意，此书是关于企业商标工作的书，虽然涉及到商标法律的内容，但并非商标法律方面的专著，因此，有关商标法律问题的论述较少；此外，此书是根据我国企业的实际情况写的，关于商标管理的意见与外国有若干不同。

鉴于上述情况，我郑重地向广大读者推荐此书，希望更多的企业界的同志读一读此书，并望就书中的一些问题展开讨论，从而推动我国企业的商标管理工作乃至整个知识产权管理工作。

魏启学

2000年8月30日

* 注：魏启学先生现任中国知识产权研究会常务理事，中国国际贸易促进委员会专利商标事务所副所长，中国知识产权研究会外经贸商标分会副理事长。

前 言

我国自改革开放以来，商标这一无形资产的作用和价值，已逐步为有关各界所认识。制定和实施名牌战略，不仅是企业界关注的问题，也是各级政府和行业主管部门所重视和推介的工作。我国经济的发展面临“经济全球化”和加入世贸组织（WTO）的严峻挑战。我国企业要能在激烈的国际竞争中站住脚，有一席之地，必须努力提高产品质量，增加高新技术产品出口。使我国产品不仅国人喜欢，让外国人也喜欢。同时，也要注意商标工作，使其适应新形势的要求。

笔者多年从事企业商标管理工作，在实践中感到我国不少企业现有的商标素质、商标战略和策略存在诸多问题，特别是一些传统国有企业，商标工作比较薄弱，如不切实改进，就不适应经济全球化和“入世”的形势。本书“形势篇”对此做了专门分析。

我国一些企业，特别是一些传统的国有大中型企业，其商标缺乏竞争力，现行的商标工作不能适应当前形势需要，有多种原因，其中对商标缺乏基本的认识是主要原因。故本书的第二部分是“认识篇”，从商标的基本功能、商标信誉形成及其实质谈到营销学方面的知识，说明创立一个名牌商标并不难，以解决企业领导和商标管理人员的认识问题，为创立本企业的名牌商标而努力。

提出克服在我国企业中，特别是传统国有大中型企业商标方面存在的弊病，采取相应的对策，改变我国商标工作的面貌是本书的主要目标。为此，第三部分是“对策篇”，在一般性地介绍商标战略和策略概念的基础上，针对老企业商标工作上普遍存在的问题，提出了改进的策略和具体措施，这是本书的重点。

培育国内产品名牌，支持爱护国内工业产品，是全社会的大事，关系到国内工业存亡，也是关系到我们的企业生存空间的大事，希望得到有关各界乃至全社会的支持，所以本书的最后一部分称为“希望篇”，这里所说的希望，有三层意思：一是希望企业界努力创立和培育自己的名牌商标；二是希望各级政府支持企业创立名牌，相关的宣教部门宣传国产名牌、鼓励民众支持和使用国产名牌；三是希望广大人民群众关心、支持和使用国产名牌。

当今社会上有关商标战略、品牌战略、名牌战略、品牌营销等等的论著颇多，都从不同侧面和不同角度谈论这个题目各异而实质相同的问题。笔者根据本人在企业从事商标工作的经历和同行所遇到的问题，对上述问题进行观察、研究，以商标工作为落脚点，提出一些可供企业领导层和商标工作者参考的意见。囿于个人的经历和学识，书中难免有浅陋之处，望同行指正。

编 者



陆穗峰 1940年8月出生
于浙江省平湖县，1964年
毕业于浙江农业大学，同年
9月分配到中国粮油食品
进出口总公司工作，自
1989年初起从事企业商标
管理工作，曾任公司商标管
理部门的副总经理、总经
理，公司商标工作顾问等
职，现任中国知识产权研究
会外经贸分会的常务理事、
副理事长，中华商标协会
《中华商标》杂志编委。在
工作实践中，有针对性地提
出了不少切合企业商标工
作实际的见解和措施，发表
过大量有关商标知识和商
标管理、商标战略方面的
文章，其中不乏有新意的
提法和见解。

目 录

形势篇

第一讲 经济全球化	(1)
一、何谓经济全球化	(1)
二、经济全球化的主要特征	(2)
三、机遇与挑战	(2)
第二讲 加入世贸组织	(6)
一、何谓 WTO	(6)
二、WTO 成员的权利和义务	(7)
三、“入世”利弊面面观	(9)
第三讲 “入世”与知识产权保护	(10)
一、何谓 Trips	(10)
二、对 Trips 的评价	(12)
三、Trips 与我国知识产权保护	(13)
第四讲 我国商标工作现状	(14)
一、概况	(14)
二、外贸企业商标	(17)
三、提高认识是当务之急	(21)

认识篇

第五讲 认识商标	(22)
一、商标的由来和发展	(23)

二、我国商标与汉字文化	(31)
三、什么是商标	(36)
四、商标的法规	(38)
五、商标的称谓	(41)
六、名牌与“品牌”	(43)
七、名牌与质量	(52)
第六讲 企业当有商标	(54)
一、商标在市场竞争中的作用	(55)
二、商标在宣传广告上独特的作用	(55)
三、商标在“三位一体”策略上的地位	(56)
四、商标是企业重要的无形资产	(56)
五、商标与企业的发展前景	(57)
六、商标与企业人格	(61)
七、商标与生存空间	(62)
第七讲 读解商标信誉和知名度	(67)
一、商标的基本功能	(68)
二、商标信誉就是企业信誉	(71)
三、商标信誉实质举例	(72)
四、商标成名探微	(77)
五、商标信誉实质的佐证	(83)
第八讲 学点创牌原理	(85)
一、浅谈营销学	(85)
二、何谓“市场”	(93)
三、购买动机和购买行为	(105)
四、购买行为的类型	(115)
五、影响购买行为的因素	(117)

六、消费者的购买决策	(125)
七、消费的“弹性”与购买决策	(130)

对策篇

第九讲 商标战略的制定	(135)
一、何谓商标战略	(135)
二、商标战略的研究对象	(136)
三、企业诊断	(137)
四、企业分类	(138)
五、各类企业的商标战略	(141)
第十讲 商标战略的实施	(147)
一、商标选用策略	(147)
二、商标注册策略	(154)
三、防止商标退化策略	(163)
四、商标使用策略	(166)
五、商标保护策略	(184)
六、产品策略	(185)
七、包装装潢策略	(192)
八、质量管理策略	(194)
九、宣传广告策略	(197)
第十一讲 老企业商标的改进策略	(198)
一、现状和优势	(198)
二、总体思路和对策	(200)
三、企业商标改进对策	(204)
四、战略中的问题	(209)

希望篇

第十二讲 宣传教育工作	(213)
一、保护民族工业天经地义	(213)
二、宣传教育大有必要	(214)
三、宣传教育大有可为	(219)
四、宣传教育的切入点	(223)
五、宣传教育的内容和方法	(228)
六、全社会协同工作	(229)
第十三讲 发挥社会团体的作用	(231)
一、商标团体	(231)
二、行业团体	(232)
三、消费者协会	(233)
第十四讲 政府的支持和扶植	(233)
一、规划与指导	(233)
二、号召和鼓励	(235)
三、调控与管理	(236)
后 记	(239)
参考文献	(241)

形 势 篇

这里所说的形势是：随着经济全球化进程的日益加快和我国加入世界贸易组织（WTO）日益临近，我国国内工业企业产品已经或将要面临更加严峻的挑战。尽管有不少人认为，人世对我国企业是挑战和机遇并存，然而从商标在市场竞争（包括国际市场上的竞争）中的作用来看，国产名牌产品和服务将面临更多的来自国外同类产品和服务的竞争，这就是我国商标界所面临的严峻形势。

第一讲 经济全球化

一、何谓经济全球化

“经济全球化”或称“全球经济一体化”，是指人类的经济活动突破国家、民族的界限，使全球经济逐渐融为一体的漫长的历史过程。全球化是一个不以人们的意志为转移的、不可逆转的、历史的、客观的进程。这个进程早在一个世纪前就已经开始，两次世界大战曾使这个进程有所停顿甚至中断。从 20 世纪 90 年代开始，经济全球化、投资自由化、资本国际化的呼声不断高涨。不同意识形态、不同发展程度的国家，都或早或迟、或主动或被动地卷入进去。但经济发展程度不同的国家，对于全球化的态度是不尽相同的。

经济全球化的基本动力是科技。全球生产力的发展达到

了人类经济历史上的空前的高度，产生了巨大的能量，能量的释放必然冲破国家、民族的界限，导致经济全球化。科学技术水平的高低，决定着全球化发展的规模和速度。而在全球化过程中，跨国公司的活动起着极其重要的推动作用。

二、经济全球化的主要特征

经济全球化是指人类的经济活动突破国家、民族的界限，使全球经济逐渐融为一体，全球的货品、资金、服务、人才、劳务以及人类智慧成果等都在这里跨国“自由”地流动，促进资源的合理配置，促进所有参与其中的国家的经济发展。这里最主要的特征是“突破国界”和“自由”流动。

有学者指出：由于各行各业的技术进步，特别是信息技术和信息产业的飞速发展，互联网和电子商务的大爆发，生活在这个“地球村”里的人们，时间变得快了，距离变得短了。全世界都被编织在这个紧密相连的大系统中，没有哪个国家可以置身于这个系统之外。知识、信息、资金、产品和服务的大流通，市场开放已是不可抗拒的潮流。这是科技进步的必然结果，是人类社会不可逆转的进步潮流。

有的国外学者指出：经济全球化使全世界的人们都生活在这个“地球村”里或在同一艘“船”上，就意味着共享未来、和平共处、相互依赖、资源互利和提高效率。

三、机遇与挑战

以上描述的是经济全球化的一幅美妙的图景，也是不可抗拒的历史潮流。正如国外一些政要指出的：公司全球化和金融市场的全球化已经日益成为一种现象，其产生的影响也尚未被我们所了解。在这样一个具有高度竞争性的世界里，中国和亚洲有许多事情可做，以推进本地区的利益。

2000年6月中旬，全国政协在北京主办了《21世纪论坛》2000年会，会上有不少发言者谈论到这种机遇和挑战，其中不少分析相当中肯。下面我们引用几位国内外政要和学者的发言摘要，以说明这种机遇与挑战：

（一）“双刃剑”和“祸福观”

对于经济全球化和加入WTO后我国企业和整个国民经济所面临的问题，人们往往笼统地说机遇与挑战并存，说它是一把“双刃剑”，还有人提出“趋福避祸”这样口号。就是说，我们对于全球化和“入世”后的形势，不能盲目乐观，因为我们是发展中国家，而且许多传统的国有企业还处于由计划经济体制向市场经济体制过渡时期，我们宁可把挑战和困难看得多一些。政协副主席宋健指出：“对‘全球化’有疑虑的人也是有道理的。在当今的世界上，各国发展程度、贫富差距都很大，不对称、不平等的政治经济秩序仍在，强权政治盛行，阻碍技术传播的政治因素仍在。短期内，‘全球化’不可能对所有国家和地区都有利无弊。但是只要把握得当，那是符合大多数人及其子孙后代的长远利益和大方向。”

政协副主席陈锦华认为：经济全球化是包含了福祸两重因素的“双刃剑”。它启动市场开放，推动资金、技术、商品和劳务的跨国流动，促进资源的合理配置，由此它为参与的国家带来机遇，促进发展，使本国人民从中获得利益，这是福。但与此同时，它又带来种种冲击，带来不平等竞争，有些跨国公司和政府还会寻找借口干涉他国内政，制造麻烦，挑起事端，这就是祸。我们应当有全面的祸福观，既要清醒地看到经济全球化带来的利益，善于抓住机遇，发展自

己，又要看到它的种种弊端和它的负面效应，并制定相应的对策，因势利导，趋利避害。我们既不能只看到福的方面而陷于盲目状态，又不能采取回避态度。一个国家，一个地区的成熟、壮大，就是在这种福祸两种遭遇的环境中斗争、发展、转化崛起的。

（二）对不同行业的影响有差别

我们不能泛泛地谈论全球化与我国加入 WTO 对我国企业的影响和面临的问题，而且有的影响现在还没有表现出来，总之是要面临更加严峻的来自外国企业和产品、服务的竞争局面。应当指出，在经济全球化进程加快和我国成为世贸组织成员后，不是所有行业、企业都是机遇与挑战并存的，特别是过去受计划经济体制影响较深、又长期受国家优惠政策保护的传统的国有企业，应当把困难看得多一些。新加坡内阁资政李光耀先生说：（把中国的经济纳入在网络后）“中国企业将向先进国家学习，同时也将同它们进行合作及竞争。全球性的竞争将使中国国内企业提高效率和生产力，但同时也使过时的工厂遭受毁灭，导致失业和各种社会问题。然而，结果却会使中国脱颖而出，成为 21 世纪全球货品、服务、资金、人才及思想等交流的最主要的竞争者之一”。

（三）应当关注国家的经济安全

澳大利亚前总理弗雷泽谈到：“经济全球化对政府行为有着重要的影响，不同政治体制下的政府对经济全球化规则的接受程度有着巨大差别。中国和亚洲从经济全球化的机遇中获取了巨大的利益，同时也付出了巨大的代价，面临着巨大的危险”。

这种危险，我国一些专家称为国家的经济安全。

俄罗斯科学院经济政治研究所名誉所长、院士季莫耶维奇称：当今全球经济结构和机制已经发生了巨大的变化，跨国工业和银行公司的实力和影响得到加强，成为全球化的强大动力。他们在许多国家建立了自己的业务。跨国工业和银行公司成了全球经济的重要组成部分。我认为全球化带来的风险代价是：

1. 全球化如果利益分配不均，就会增加不平等，造成有的国家边缘化。全球化形成一个经济能力和经济实力极度两极化的世界。

2. 全球化加深了经济竞争，经常造成企业内部环境和周边环境的恶化。跨国公司也未能幸免。技术和发展的合理化以及全球降低成本的竞争，都使得许多国家的失业率连连上升。

3. 全球化降低了宏观经济政策作用，限制了增加税收和发放福利的能力，同时也导致许多地方市场因竞争优势不强而变得动荡不安。更加令人不安的是，因为发达国家的企业在世界范围内追求成本最低化，所以全世界的生态环境日益恶化，这些国家的生活水准也停滞不前。

俄罗斯不会将自己孤立于全球经济发展之外，而采取了旨在将本国经济融入全球体系之中的战略。同时我们的学者和专家对全球化的陷阱也保持着警惕。